

# 論評：メディアの世論調査に基づく「内閣支持率報道」の問題点

## Some Notes on the News Reports of Cabinet Supporting Rate

亘 英 太 郎  
WATARI Eitarou

### はじめに

現代日本の政治状況の中で、新聞やテレビなどのマス・メディアによって実施される世論調査の数字が重要性を増している。特に、調査の結果として集計された「内閣支持率」が政治の動きに直結し、連動する様相が10年ほど前から顕著になっている。「支持率」という、いわばデータに過ぎない数字に現実の政治が振り回されているようにもみえる様相は「世論調査政局」などと呼ばれ、日本政治の特徴として語られる。公表され報道される「支持率」の数字次第で、ある時には首相が決まり、ある時には首相が引退するようなケースも見られ、世論調査への批判や疑問の声が強まる理由になっている。

しかし、世論調査に罪は無い。「支持率」という数字に本来の役割以上の重みを持たせ、現実政治を動かす重要ファクターと位置づける傾向、つまり数字を絶対視もしくは過大評価することに問題がある。数字の扱い方が間違っているのだ。「支持率」を「天の声」のように扱い、そのアップ・ダウンのたびに騒ぐのは、マス・メディアであり政治家及び政界であるが、本稿では主に世論調査の実施主体であり調査結果の公表主体であるマス・メディアの「支持率報道」に絞って問題点を探り、本来あるべき報道への提言を試みたい。

## 1、世論調査と政治状況

### 1-1 「支持率」が政治を動かす

世論調査の支持率が現実の政治に与えた影響を考える場合の、象徴的な例が安倍晋三政権（2006年9月～2007年9月）である。日本の首相はこのところ毎年交代し、年ごとに日本のトップの「顔」が違うという異常事態になっているが、その年替わりトップの最初が安倍首相だった。しかし、首相になる前の安倍氏に対する国民の人気（支持率）を見る限り、とても1年で首相を辞任するとは考えられないほどの数字の高さだった。

安倍氏は小泉純一郎氏の後継首相だが、小泉首相在任中の2005年ごろから各メディアの「首相にだれが良いか？」といった世論調査で1位の数字を獲得していた。毎日新聞の調査を例示すると、「いま、首相にだれがふさわしいか？」との設問に対する回答で、05年2月に安倍氏が22%を得て時の首相小泉氏（17%）を抑えてトップになり、以後同年11月28%、06年7月44%と1位を続け、小泉氏の後継を決める自民党総裁選挙告示日（06年9月8日）直前には3人の候補に対する支持率世論調査で55%の圧倒的な支持を集めた。安倍氏は当時、自民党内の主要政治家の中で年齢、当選回数、党内役職歴など従来の同党総裁要件とされるキャリアの順位は高くなかったが、各メディアの世論調査における人気の高さ（支持率の高さ）を背景に総裁選挙でも圧勝し、首相に就任した。

ここに、派閥の人数やキャリアなどで決める従来の党内論理に代わって、世論調査の「支持率」つまり世間での人気で首相を決める図式が見て取れる。その図式は、前任の小泉首相が支持率の高さを国政選挙での勝利に結び付けてきた実績から生まれた。つまり党内の政治家を従わせる首相選びの基準が、派閥の人数やカネの多少でなく、「世論調査で数字を取れる首相」＝「選挙に勝てる首相」という新しい論理に変わったことになる。

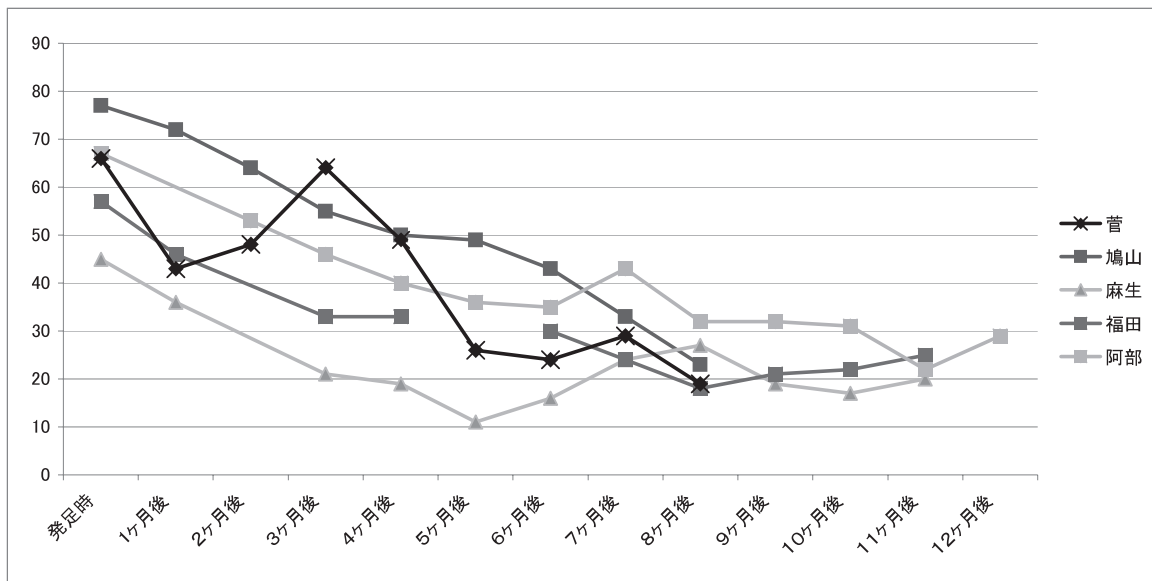
逆に言うと、世論調査での人気を理由に誕生した政権は、人気が無くなったときにあっけなく崩壊することになる。「数字を取れない首相」＝「選挙に勝てない首相」との議論が広がり、党内での求心力が低下して辞任に至る。そのことをも安倍政権の1年間が見事に物語った。

図1にある内閣5代の支持率（注1）のうち、安倍内閣のグラフをたどると分かるように、06年9月の発足時には歴代内閣3位の高率である67%だったのが数か月で半減し、低支持率のまま迎えた翌年7月の参院選挙に敗北する。「勝てない首相」の支持率は選挙後22%とさらに落ち込み、その後も大きくは回復しない低支持率（30%前後）のまま退陣した。

メディアが「歴代3位」などと1面トップニュースで伝える高支持率が安倍氏を首相に押し上げ、メディアが「急落」「不支持逆転」などと大活字で報じる低支持率が首相退陣を促した図式を見ることができる。

（注1：世論調査に基づく内閣支持率について、本稿では原則として毎日新聞のデータを使った。筆者がかつて毎日新聞の記者として世論調査報道にかかわり、その後も継続的に同紙の支持率報道をウォッチしているためデータが使いやすいという以外に特段の理由はない。他の新聞、テレビが調査した内閣支持率との比較では、数字に多少の違いはあるものの率がアップ・ダウンするタイミングなど大きな流れとトレンドは概ね平行である）

図1 内閣支持率（％）



（単位：％）  
（毎日新聞世論調査から作成）注：— は、調査データ無し。

## 1-2 数字と政治の連動パターン

図1は、小泉内閣の後に登場した5つの内閣、すなわち安倍内閣、福田康夫内閣（2007年9月～08年9月）、麻生太郎内閣（08年9月～09年9月）、鳩山由紀夫内閣（09年9月～10年6月）、菅直人内閣（10年6月～）の支持率を並べたものである。

すぐに気づくことは、菅内閣以前の4内閣は発足時にその内閣として最も高い支持率を得た後、ズルズルと数字

が下がり続け、30%を割った段階かあるいは割ってからしばらくして終末に至った点で共通することだ。発足から退陣までが1年前後と短期間だった点でも共通する。繰り返される支持率と政治状況の連動パターンは、次のように示すことができる。人気の高さを背景に当初は順調に滑り出すが、すぐに政策上の難問や自らの失言、閣僚の不祥事などに突き当たり、支持率が急降下を始める。早いケースでは内閣発足から1カ月後に（麻生内閣）、遅いケースでも6カ月後に（鳩山内閣）、不支持率が支持率を上回る逆転状況に陥る。支持率の低迷が続く中で、党内に批判論・交代論の高まりや倒閣の動きが広がり、ついに辞任に至るか、辞任せずに選挙に臨み大敗して退陣するか、で終末を迎える。

### 1-3 「密室政治」との比較

マス・メディアの調査による支持率が現実の政治と緊密に結びつき、政治を動かす力として定着したのは、自民党の小泉内閣出現以来のことだろう。もちろん、それまでもメディアが報道する支持率は政治に一定の影響を持っていたが、現在ほど直結はしていなかった。50%前後の支持を得ながら党内の力関係で退陣した首相もいたし、逆に一桁の支持しかないのに居座り続ける首相もいた。派閥のボスが密室で談合して自民党総裁＝首相を決めたこともあるから、支持率頼みどころか「民意」無視の首相選びや政権運営がまかり通っていた。小泉内閣はそのような密室談合政治を批判して2001年4月に登場し、常に「支持率」のアップ・ダウンに気を配りながら2006年9月まで政権を維持した。

そう考えると、支持率の動向が政治に直結するのは、「民意」無視の密室政治に比べると、はるかに民主的と評価できる。世論調査の数字は国民の意向を表す指標の一つであり、国民の意向が政治に反映されることは民主主義のあるべき姿でもある。問題は、支持率の数字が1億有権者の「民意」そのもののようには表現され、国民の意向を表す唯一の指標のごとく扱われている点にある。数字を過大に評価して大げさな表現で繰り返し伝える「支持率報道」の問題である。過剰な報道に国民も政治家も過剰に反応する形で事態が動いてしまう危険を認識しておく必要がある。

## 2、「内閣支持率報道」の過剰

### 2-1 乱発される「危険水域」

内閣支持率が低迷している段階を例にとると、「内閣支持率報道」の現状は、調査結果の数字を客観的・中立的に伝えているというより、内閣を終末に至らせる動きを煽っているニュアンスが強い。支持率が示すように、時の内閣に対する国民の支持は確かに低くなっていて、退任を求める声が広がっているのだとしても、支持率を伝える報道が内閣崩壊の点火役になったり、首相引きずり下ろしを煽ったりしてはならない。そのことを考えさせる典型がこのところ乱発気味の「危険水域」報道であろう。

安倍内閣以来、支持率が3割を割ってしばらく後に内閣の命脈が尽きたことを踏まえ、マス・メディアはその内閣の支持率が20%台になると「危険水域」あるいは「政権末期」「退陣ゾーン」「土俵際」といった表現と共に調査結果を大々的に報道する。それは読む者に現政権の寿命が長くないことを印象付けて支持率をいっそう下げる効果を生み、与党内では首相交代論や倒閣の動きを強めることに結びつく。

以下、鳩山内閣の例から「危険水域」報道を見る。（注2）

鳩山内閣は09年9月の民主党への政権交代から翌年6月初めまでのわずか8カ月半の短期政権で終わった。毎日新聞の記事によると、発足直後の内閣支持率は小泉内閣に次ぐ歴代2位の77%と高かったが、翌10月以降はじ

わじわと下降し、2010年2月に50%を割り込むと3月には支持43%に対して不支持45%と逆転する。4月の支持率はさらに急落し33%になると、記事の見出しに「5月政変説じわり」（4月19日付け）との表現が出た。そして5月17日発表の支持率は23%に下がり、記事の見出しは「危険水域近づく」と、鳩山内閣の終わりを予告する。その半月後、6月2日に鳩山首相は辞任を表明した。

報道の展開はほかのメディアも同様で、朝日新聞は3月の内閣支持率が32%に下落した段階で早くも「政権危険域に迫る」（3月16日付け）との見出しをつけた記事を掲載した。読売新聞は4月の支持率33%を受けて「危険水域に近づいた」（4月5日付け）、5月の支持率24%を受けて「危険水域、沈黙の民主」（5月10日付け）との記事や見出しを掲載した。

同種の用語は鳩山内閣以前の麻生、福田両内閣の支持率を報道する際にも使われた。麻生内閣6カ月目の09年2月10付け朝日新聞は支持率が下落し14%になったことを伝える記事に「退陣ゾーン」の見出しを、8カ月目の同4月12日付け毎日新聞は支持率が24%に回復したとの記事に「政権なお危険水域」の見出しを付けた。福田内閣でも「危険水域一気に割る」（08年4月21日付け『朝日新聞』）、「土俵際内閣」（同5月3日付け『毎日新聞』）の語が使われている。過去だけではない。本稿執筆時の政権である菅内閣についても、10年11月から11年2月にかけて「政権末期」「3月危機現実味」（『毎日新聞』）、「内閣危険水域に」（『朝日新聞』）との見出しや記事が出ている。

（注2：見出しなどは主に各新聞の東京本社発行紙面を参照した。以下に述べる1面トップの回数など記事の扱いについても同じ）

## 2-2 節度のない報道

「危険水域」報道は、支持率をデータとして客観的に伝える役割を超えて、データに意味を持たせ、その数字を理由に退陣や倒閣など何らかの動きを促し煽る意図的な報道ではないかと疑われてもやむを得ない。数字自体は何も語らないが、「退陣を求める民意である」と数字に意味を持たせて語らせるのは記者でありメディアである。しかもある時期に各メディアが一斉に「危険水域」を叫ぶことの相乗効果も無視できない。テレビのワイドショーでは、各新聞の「危険水域」報道の紙面をズラリと並べて政権末期ムードを増幅する例も見られる。

この風潮にマス・メディア内部からも疑問や批判の議論が起きている。少し長いが引用する。

「たとえば言えば、世論調査は医師ではありません。だけど、体温や血圧、コレステロール値を測り、X線撮影をするのと同じように、世の中の貴重なバロメーターなんです。世論調査が材料を提供し、それを政治家や研究者、ジャーナリストといった人たちが、いろいろ考えるべきなのだと思います。（中略）調査結果を踏まえて、医師が正しい方向に導いていくかどうかの方が大事なのです。その一方で、世論調査それ自体は、分をわきまえますと言いますか、決して診断はしませんという節度を守らなければいけないと思っています」（峰久和哲・朝日新聞編集委員「曲がり角の世論調査（座談会）」『Journalism 2011年1月No248』朝日新聞社）

長く朝日新聞の世論調査に携わってきた立場からの「節度ある世論調査報道」への提言である。

「世論調査とは、言うまでもなく、ひとつの『結果』であり、『原因』ではない。世論調査を政治という大きなコンテキストの中に置くと、世論調査は、政策遂行のためのひとつの材料にはなるが、決定要因では本来あるまい。この『原因』と『結果』の関係が、しかし現実の政治においては逆転する事態がよく起こり得る。『結果』であったはずの世論調査が何かの『原因』にすり替えられることがある。世論調査の『結果』がこうなっているのだから、政治は民意に従うべきだ、との声があがる。世論調査は民意そのものではない。当然ながら、民意は常に変化して



おり、さらには民意をそのままの形で世論調査に反映させることにも限界がある。しかし一旦社会に公表され情報として流通するや、世論調査データは『客観的』『中立的』な一つの権力の源泉＝民意そのものとして『物神化』(reification)する傾向がある」(金平茂紀「世論調査と『使用』のコンテクストーアメリカから日本の世論調査を考える」『マス・コミュニケーション研究 2010No77』日本マス・コミュニケーション学会)

金平氏は執筆当時TBSテレビのアメリカ総局長だった。結果が原因に逆転し、物神化するのは、政治の世界においてだが、調査結果をメディアが公表する段階で数字に意味づけが施されているのが既に問題である。

### 2-3 1面トップの頻出

日刊新聞において1面トップで扱われるニュースとは、世界でその日に起きた最大かつ最重要のできごとを意味する。テレビのトップニュースも同様だ。当然メディアは騒ぎ立て、大声をあげる。例えば内閣総辞職や政権崩壊のニュースは1面トップに該当する。

内閣支持率の世論調査結果を報じた新聞の扱いを点検してみると、1面トップで扱われることが非常に多いことに驚く。

鳩山内閣の場合、在任8カ月半の間に毎日新聞は世論調査で集計した内閣支持率の報道が9回あり、うち8回が1面トップの扱いである。世論調査は内閣支持率以外の設問もあり、8回の1面トップのうち2回は当時の小沢一郎民主党幹事長辞任に関する世論動向をメインに報道し、内閣支持率はサブ的な扱いだが、それでも毎月のように1面トップの大ニュースになっている。朝日新聞の場合は少し控えめだが、内閣支持率の報道は計11回あり、うち6回が1面トップの扱いだった。

菅内閣の場合は、10年6月の発足から本稿執筆時の11年2月までの途中経過になるが、この9カ月の間に報道された内閣支持率は毎日新聞が11回、朝日新聞が13回である。うち1面トップの扱いは、毎日新聞が7回、朝日新聞が4回を数えた。扱いの大きさは鳩山内閣のときに比べ少し抑制的になったが、報道回数はむしろ増加して1カ月に2～3回の「内閣支持率報道」を行う場合もある。

内閣支持率を問う世論調査回数の増加は、過剰報道の一つの要因になっていると考えられる。これほど頻繁な支持率調査が可能になったのは、コンピューターで無作為に抽出した番号を使う電話調査方式の登場による。これはRDD(Random Digit Dialing)やRDS(Random Digit Sampling)と呼ばれる世論調査手法で、現在ほぼすべてのメディアが採用している。世論調査の方法は訪問面接調査から郵送調査、電話調査へと推移してきた。調査対象は当初、地方自治体に備えられている住民基本台帳もしくは選挙人名簿(有権者リスト)をもとに、統計学的に確立された方法で「国民の縮図」あるいは「有権者の縮図」になるよう無作為に選ばれた人たちだった。訪問も郵送も電話も調査対象はそうにして抽出されていたが、大変な手間と時間がかかる難点があった。加えて訪問も郵送も質問と回答の回収及び集計に相当の時間と費用が必要になる。電話の場合は抽出した調査対象の電話番号をNTTの電話帳で検索するが、電話帳不掲載の電話加入者が非常に増大したことで対象者の選定が難しくなった。

既にアメリカで定着していたRDDなどのコンピューター抽出方式は、それまでの方式に比べて格段に安くて早い特徴を持つ。しかも、電話による調査専門会社に外注できるからメディアの手間は大幅に縮小できる。日本のメディア各社は1990年代後半から研究・試行を始め、2001年の小泉内閣発足前後に本格導入された。

訪問面接調査の時代には全国紙やNHKなど大手メディアでも年に数回しかできなかった世論調査が、安価、迅速、手軽な調査方式によって民放テレビを含むメディア十数社がほぼ毎月実施する時代に入ったわけである。

## 2-4 支持率に辞任を迫られる政治家

メディア十数社が支持率報道を競い、新聞では1面トップの扱いが当たり前になり、平均して1カ月に1回以上の報道がある。この報道状況を過剰と考えるかどうかは意見の分かれるところである。「内閣支持率は政治と国民の関係をみんなが知り、政治家や政界に民意の所在を知らせ、より良い政治への自覚を促すデータだから最も重要なニュースである」。これが、1面トップの扱いを当然とするメディア側の一般的な論理であろう。

確かにデータとしての重要性はある。調査回数を増やすことも、調査の結果をそのつど報道することも、メディアの社会的使命に照らして必要である。しかし繰り返しになるが問題はデータの伝え方、扱いにある。後述するように、世論調査で集計された内閣支持率には「これが日本の有権者1億人の総意である」と言うには留保すべき点が多々ある。調査回収率の低さ、回答内容の性質、調査の誤差などを検討すると疑問は多い。ところが現実には調査で得られた支持率の数字が「民意である」と過大評価され、ときには「天の声」であるかのような絶対視が行われ、過剰な扱いと繰り返される報道によって内閣の終末ムードがメディアの手で作られて出されている。

8カ月半の短命内閣に終わった鳩山由紀夫氏は2010年6月の首相辞任直後、インタビューに答えて「内閣支持率低下の怖さ」について種々語っている(10年6月18日付け『朝日新聞』インタビュー「辞任の真相は」)。

「最高で7割もあった支持率が半分に、そして3分の1に落ちる。考えられないような話だ。だからずっと辞めることを考えていた」「世論調査で支持率が下がる。メディアはそれを踏まえて政権を批判する。さらに支持率が下がる。こういう負のスパイラルが起きた。この怖さをいやというほど感じた」「政策でいくら正しいと思ったことを打ち出しても、国民は聞く耳を持たなくなってしまったので、いずれは辞めざるを得なくなっていた」「政策の実現と支持率は相関していない。とても冷たい数字だと思った。政策をしっかりとやっていれば、国民が必ずいつかわかってくれて反転攻勢できるという自信を持てなくなり、ある種のむなしさを感じていたことも事実だ」

政治家の側が支持率の数字と報道におびえ、支持率の低下によるメディアからの批判で辞任を迫られる心理を見ることができる。支持率の低下が辞任の主たる理由だったわけだが、前々項で金平氏の指摘として紹介した「一つの結果」であるはずの調査データが現実政治を動かす「理由」になっている状況がここにある。さらには鳩山氏の言葉には、いまメディアが扱っている内閣支持率と、報道の問題点に関する重要な指摘が含まれている。

## 3、内閣支持率の質

### 3-1 支持率下落のスパイラル

数字の過大評価や絶対視を問題にしてきたが、それではメディアの世論調査で示される内閣支持率というのはどの程度の数字と考えれば良いのだろうか。報道の素材となる支持率の「品質」を問う必要がある。1億有権者の総意とどの程度近いのか遠いのか。明確な回答はないが、考えるためのヒントはいくつかある。

その一つは鳩山氏が新聞のインタビューで触れた「負のスパイラル」である。内閣支持率に関する世論調査を多くのメディアが頻繁に実施し、そのほとんどが「不支持が多数」という結果を繰り返し報道すると、「不支持が世論の多数派である」との空気が社会を覆う。そんな中では、「自分も不支持だ」と多数派に従う意見は表明しやすく声高に語られるが、「自分は支持する」との少数意見を表明するのははばかられ、一般の人々はアンケートがあると支配的な空気を読んで「不支持」に同調しがちである。その結果、不支持の意見は調査のたび、らせん状に増えていくことが多い。逆に「指示」が世の中の支配的風潮の場合もスパイラルは起きるであろう。

内閣の政策や実績への評価とは別に、世の中の支配的な「空気」への同調というあいまいな要素が世論調査にはあるのではないかと、という疑問である。「空気」を作るのがメディアであり、支持率報道の1カ月に1回以上とい

う頻繁さが、世の中の支配的な空気を醸成するのに大きく寄与する点も無視できない。

「空気」に関しては、「(世論調査に表れる『YES・NO』は)『意見』を反映したものとは別次元の数字なのです。あるアジェンダ(課題)に対する国民の受け止め方はどうかという、『空気』を科学的に数量化したものでありえても」(佐藤卓己「ファスト政治への処方箋(荊部直との対談)」『中央公論』2010年11月)との分析がある。支持率の質を考えるのに「意見」か「空気」かは、重要である。

### 3-2 支持率の移ろいやすさ

鳩山氏が語るもう一つの論点は支持率の「移ろいやすさ」である。発足時に歴代内閣2位の高さ(ほぼすべてのメディアの調査で70%台)を示した鳩山内閣の支持率が、しばらく後に半減し、8カ月後には多くのメディアの調査で20%台に下落した。同じ民主党の菅内閣に交代したとたん、各メディアの支持率は60%台に跳ね上がった。極端な支持率のアップ・ダウンは、自民党の安倍、福田、麻生各内閣にも共通する。1年も経たない間に7割から2割、そしてまた6割と揺れ動く支持率から何を読み取るのか。支持率の振幅の大きさは何を語るのか。

支持率の急変について「世論の病理現象である。それは、政権の能力を判断するに当たって、世論が何の予測力も持っていないことを暴露した」(西部邁「異論・反論」2010年6月30日付け『毎日新聞』)との厳しい指摘もある。政治家の側からは、支持率の無責任さ、あいまいさ、国民の飽きっぽさも指摘される。

しかし、世論調査で示される内閣支持率はむしろ「その程度のもの」と考えたらよいのではなかろうか。「さまざまな政策、実績を比較検討し熟慮を重ねた末に導き出された民意そのものである」といった、あまりに大きな期待と評価を支持率にかけ過ぎるから、数字の極端な揺れを批判することになる。

例えば内閣発足時の世論調査では、ほとんど例外なく高い支持率が表れる。理屈で言えば発足したばかりでまだ何も実績はないのに、高い評価が与えられたことになる。従って発足時の数字は支持率でなく「期待」率であると理解できる。月日が経過した段階での支持率も、すべてが「熟慮を重ねた末に導き出された回答」の集積とは考え難い。むしろ「支持する・しないは瞬時の反応」「その時々の問題に対する是非の気分」「好き嫌いの感情」の集積が、世論調査結果の現実に近いと考えられる。熟慮でなく即断された回答だ。政策と実績への総合評価でなく有権者の漠然とした気分を知る手段としては有効である。

そのことは現在の電話調査方式と関係がある。調査対象者にとっては、前触れもなくいきなり電話で「〇〇内閣を支持しますか?」と質問され、回答を迫られる。以前の訪問調査は事前に予告をした上で時間をかけて面談したし、郵送方式も対象者には考える時間があつた。しかし今の電話方式ではじっくり考えて回答する余裕がないから、どうしてもその時々テーマへの賛否や好感度・嫌悪度で反応してしまうだろうことは理解できる。

これらの「感情的反応」論への反論もある。面接調査と並行して実施された電話調査方式の双方を比較して支持率の動きが同じだった例を引き、「感情的というのは印象論にすぎない」との批判だ(菅原琢「スケープゴート化する世論調査」『Journalism 2011年1月No248』朝日新聞社)。

いずれにしても、いま支持率の意味を問い直す必要がある。そして、「各メディアは当面、世論調査の過大評価を見直し、参考データ程度の扱いにとどめるべきだ」(宮崎哲弥「メディア衆論・選択の年 世論調査の質が問われる(座談会)」『朝日新聞 2009年4月24日』)との指摘にある通り、より強く問い直されるべきなのは支持率報道であろう。

### 3-3 回答率の低さ

世論調査の質を考える際、手法上の弱点とされる問題も知っておく必要がある。一つはコンピューターで対象者を抽出する現在の電話調査方式は、回答率が60%前後と低いことだ。残りの約4割は回答拒否など調査に非協力的な人たちである。問題は、回答した約6割を母数にして支持、不支持の比率を算出しているが、この母数が「有権者全体の縮図」といえるかどうか。回答拒否者、場合によっては抽出されたものの電話に出ない相手なども母数に加えるべきではないかという議論が、調査の専門家や担当者の間で行われている。母数が大きくなると回答率は下がり、支持率の数字も変化する。現在に比べてどちらが信頼できるかの問題が生じる。

調査の誤差も信頼性にかかわる問題だ。支持率の調査における誤差はプラスマイナス3~4%とされている。数%の支持率変化に意味をつけて報道し、「上がった」「下がった」と騒ぐのは誤差を無視した非科学的な報道になる。

調査対象となるサンプル数は2000~3000世帯で、回答者は1000~2000人であることを各メディアは表示している。統計学的に確立された手法で無作為抽出することで、これが「1億有権者の縮図」になっているはずだ。内閣支持率など真の民意の動向を知る本筋は、あくまで全有権者を対象にした選挙である。科学的には全有権者を対象にした調査（選挙）の縮図という世論調査であっても、やはり千人単位の数と1億人（実際の国政選挙投票者は5000万人前後だが）は違う。支持率報道がそのことを無視して、調査結果を選挙と同じように「天の声」扱いすることは多い。

## 4、「内閣支持率報道」の見直し

### 4-1 メディアの心理

マス・メディアに長く身を置いた者として、内閣支持率の世論調査結果を1面トップで扱い、さらに第2面や3面でも支持率が政界に与える影響や衝撃の記事を大々的に展開する記者の心理はよく分かる。世の中のできごとを、第3者として取材・報道する役割の中で、世論調査報道というのはメディアが自らニュースを作り出す数少ないケースである。「わがメディアだけ」の特報ニュースでもあるから大々的に報道し、「これが我々の新聞がつかんだ最新の民意である」と大声で世の中に叫びたくなるのがメディアというものの体質である。自身が作り出したニュースだから社会に与えるインパクトは大きくあってほしいし、政治家を走らせ政治状況を大きく動かすきっかけにもなってほしい。マス・メディアの中にいるとそう考えがちだ。移ろいやすい一時的な反応に過ぎないから参考程度に考え、地味な扱いをすることなどは、稀有である。

メディア側に錯覚もあろう。つまり、世論調査の対象になったすべての有権者は、内閣に関する多くの情報に日々目を通し、野党の言い分や過去の内閣との比較を行い、熟慮して支持か不支持かの判断をしているはず、という思い込みである。調査対象への高い評価が、数字の絶対視を生み、過剰な報道につながっていると考えられる。

### 4-2 見直しへの提言

内閣支持率に関する世論調査結果の過大評価や過剰報道などメディアの現状に対して、改善のための提案が既にメディアの内外からなされている。それらの多くと重複するが、筆者なりの「内閣支持率報道」見直しの提言を記す。

第1に、メディアは調査結果に過剰反応しないこと、報道を過熱させないことである。支持率データの内容と質を冷静に分析したうえで、支持率を政治状況流動の点火剤にするような欲望を抑える。「真の民意」であるかのようには語らず、「天の声」にもしない。「危険水域」に類する過激な用語の使用を控える。

第2に、支持率を1面トップで報道することをやめる。これは多くの論者が提言しているところだ。メディア内



部でも主に世論調査担当部門から同じ意見が出ている。全廃できない場合も可能な限り抑制する。支持率のニュース価値は、世の中の気分を伝える大切なデータだが、政治状況を動かす役割を持たせてはならず、政治の参考データ程度という認識に退却する。扱いを地味にする。

第3に、支持率報道の回数競争をやめる。調査のつど大々的に伝える報道合戦のエスカレートは、報道内容をヒートアップさせるから撤退する。内閣の実績と政策をじっくり評価するため、かつてのような年に数回の「内閣支持率報道」への転換を検討する。

## おわりに

最後に、新聞紙上に掲載された読者投稿の時事川柳3句を紹介する。

「支持率で知る国民の飽きっぽさ」(09年6月20日付け毎日新聞)

「アンケート1000人だけで国語る」(10年10月9日付け毎日新聞)

「わがままな民意の果てに国迷う」(11年3月11日付け毎日新聞)

世間の人々は世論調査とその報道の内実を見抜いている。

## 引用・参考文献

『朝日新聞』2001年4月～2011年2月

『毎日新聞』2001年4月～2011年2月

『読売新聞』2008年9月～2010年6月

『マス・コミュニケーション研究』2010No.77 日本マス・コミュニケーション学会

『Journalism』2011No.248 朝日新聞社

『ジャーナリズムの思想』原寿雄 1997 岩波書店

『メディアと政治』蒲島郁夫・竹下俊郎・芹川洋一 2007 有斐閣

『メディア社会－現代を読み解く視点』佐藤卓己 2006 岩波書店

『輿論と世論 日本的民意の系譜学』佐藤卓己 2008 新潮社

『データの罠 世論はこうしてつくられる』田村秀 2006 集英社

『メディア用語を学ぶ人のために』渡辺武達ほか 1999 世界思想社

『ジャーナリズム「現」論』亘英太郎 2004 世界思想社

『The Phantom Public』Walter Lippmann (河崎吉紀訳「幻の公衆」2007 柏書房)

『A Free and Responsible Press』The Commission on freedom of the Press (渡辺武達訳「自由で責任あるメディア (新聞・ラジオ・映画・雑誌・書籍) に関する一般報告書」2008 論創社)